

USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH PEMBUATAN FROZEN FOOD DI UKM RANIAH, KEBRAON, SURABAYA, JAWA TIMUR

Moch. Anshori¹⁾, Dini Retnowati²⁾, Ahmad Fatih Fudhla³⁾, Gusti Adriansyah⁴⁾, Ika Widya Ardhyan⁵⁾,
Asri Dwi Puspita⁶⁾, Ahsan Muafa⁷⁾, Gempur Santoso⁸⁾

¹Universitas Maarif Hasyim Latif
email: dini_retnowato@dosen.umaha.ac.id

²Universitas Maarif Hasyim Latif
email: ansori@dosen.umaha.ac.id

³Universitas Maarif Hasyim Latif
email: fatih_fudhla@dosen.umaha.ac.id

⁴Universitas Maarif Hasyim Latif
email: gusti@dosen.umaha.ac.id

⁵Universitas Maarif Hasyim Latif
email: ika_widya@dosen.umaha.ac.id

⁶Universitas Maarif Hasyim Latif
email: asripuspita85@dosen.umaha.ac.id

⁷Universitas Maarif Hasyim Latif
email: ahsanmuafa@dosen.umaha.ac.id

⁸Universitas Maarif Hasyim Latif
email: gempur_santoso@dosen.umaha.ac.id

Abstrak

Salah satu menu siap saji yang semakin berkembang saat ini yakni *frozen food*. *Frozen food* hadir untuk memenuhi kebutuhan para pecinta makan cepat saji yang dapat disimpan dalam waktu yang cukup lama dalam kondisi beku di dalam *freezer*. *Frozen food* diminati dan dinikmati baik dari kalangan anak-anak hingga orang dewasa. Ketika kondisi pandemi tahun 2019, dimana kegiatan masyarakat diluar rumah dibatasi agar virus Covid 19 tidak semakin meluas, *fozen food* atau makanan beku menjadi pilihan sebagian besarmasyarakat, karena makanan ini menjadi salah satu alternatif makanan yang mudah untuk diolah ketika berada di rumah saja. Usaha ini pun tidak membutuhkan interaksi dengan orang lain. Oleh karena itu menjual makanan beku melalui media sosial adalah cara yang tepat. Permasalahan yang umum terjadi dalam usaha *Frozen food* adalah masalah kartu nama, manajemen keuangan dan promosi, yang mana dalam promosi ini akan memanfaatkan sebaik mungkin fitur-fitur yang tersedia dalam media sosial. Hal ini pun menjadi keuntungan bagi pemilik (*owner*) dalam mengembangkan usahanya.

Kata kunci: *Frozen Food*, Promosi

Abstract

One of the ready-to-eat menus that is growing at this time is frozen food. Frozen food is here to meet the needs of fast food lovers who can be stored for a long time in frozen conditions in the freezer. Frozen food is in demand and enjoyed by both children and adults. During the 2019 pandemic, where people's activities outside the home were limited so that the Covid 19 virus did not spread further, fozen food or frozen food was the choice of most people, because this food is an alternative food that is easy to process while at home. This business does not require interaction with other people. Therefore selling frozen food through social media is the right way. Problems that commonly occur in the Frozen food business are business card problems, financial management and promotions, which in this promotion will make the best use of the features available on social media. This is also an advantage for the owner (owner) in developing his business.

Keywords: *Frozen Food*, Promotion

1. PENDAHULUAN

Frozen food hadir untuk memenuhi kebutuhan para pecinta makan cepat saji yang dapat disimpan dalam waktu yang cukup lama dalam kondisi beku di dalam *freezer*. *Frozen food* diminati dan dinikmati baik dari kalangan anak-anak hingga orang dewasa. Ketika kondisi pandemi tahun 2019, dimana kegiatan masyarakat diluar rumah dibatasi agar virus Covid 19 tidak semakin meluas, *frozen food* atau makanan beku menjadi pilihan sebagian besar masyarakat, karena *frozen food* menjadi salah satu alternatif makanan yang mudah untuk diolah ketika berada di rumah saja dan dapat disimpan dalam kurun waktu tertentu sebagai persediaan. Makanan beku (*frozen food*) adalah makanan yang diolah lalu dikemas ke dalam kemasan dengan keadaan setengah matang dan apabila dikonsumsi harus melalui proses pengolahan kembali yaitu dengan cara memanaskandipengorengan.

Banyak UKM yang memproduksi makanan beku (*frozen food*). Di Indonesia *frozen food* sudah cukup terkenal untuk sekarang ini. Apalagi di era modern seperti ini yang mana konsumen akan memilih produk-produk yang *simple* (instan). Misalnya saja konsumen dari kota-kota besar, yang mana memiliki kesibukan yang relatif tinggi dan kehidupannya yang serba cepat, sehingga menuntut adanya ketersediaan makanan yang dapat diolah dengan mudah dalam waktu yang singkat. Konsumen di era modernpun menginginkan sebuah produk makanan yang instan dengan kategori produk yang bisa disimpan dalam kulkas (*freezer*), yang mempunyai umur simpan (*expired*) yang tahan lama dan praktis.

Berbagai macam jenis *frozen food* yang dijual secara *online* ataupun *offline*, serta dapat dijumpai di pasar tradisional maupun pasar modern seperti mini market. Hal ini, memudahkan konsumen dalam memperolehnya. Adapun jenis-jenis *frozen food* yang terdapat dipasaran diantaranya yakni nugget, sosis, risol, bakso, siomay, donat beku, crab stick hingga empek-empek. Bahan baku yang dipakai dalam olahannya

bervariasi mulai dari daging ayam, daging sapi, daging ikan atau *seafood*.

Peningkatan permintaan produk *frozen food* dan beragamnya pilihan produk menuntut konsumen untuk memilih suatu produk olahan pangan terbaik. Hal ini membuat produsen secara kompetitif berusaha untuk dapat mengenalkan produknya dan meraih pangsa pasar yang lebih luas [1]. Konsumen ketika memilih suatu produk memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, benar, dan jujur terkait barang dan jasa [2]. Berdasarkan hal tersebut, maka pihak produsen harus memberikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai produk *frozen food* sehingga memudahkan konsumen dalam memilih produk sesuai kebutuhan.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di UKM Ibu Raniah yang beralamatkan Jalan Karang Klumprik Taman Blok T-14, Kebraon, Surabaya, Jawa Timur. Kegiatan yang dilakukan meliputi pembuatan kartu nama, manajemen keuangan dan promosi .

Kegiatan pelatihan dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

1. Tahap persiapan dilaksanakan observasi lapangan. Pada tahap ini, tim melakukan observasi langsung di lapangan untuk mengetahui bagaimana proses bisnis di UKM Ibu Raniah, mulai dari pemilihan bahan baku, proses pembuatan, pengemasan, hingga bagaimana produk tersebut didistribusikan. Dilanjutkan pengajuan permohonan ijin kegiatan pengabdian masyarakat kepada pihak terkait dalam hal ini pemilik UKM *Frozen Food* yakni Ibu Raniah. Persiapan alat dan bahan serta akomodasi.
2. Tahap pelaksanaan, dalam tahap ini tim pengabdian masyarakat melakukan wawancara dengan pemilik usaha permasalahan-permasalahan yang dihadapi secara lebih detail sekaligus memberikan rekomendasi untuk

mengembangkan bisnis ke depan. Terdapat permasalahan-permasalahan yang dialami Ibu Raniah selama ini adalah yang pertama belum memiliki media promosi bagi produk *frozen food* miliknya. Produk Ibu Raniah dikenal dari mulut ke mulut oleh konsumennya, sehingga produknya menjadi kurang luas dalam segi pemasaran. Selain itu proses pemesanan hanya melalui toko yang dimiliki oleh ibu Raniah. Agar produk *frozen food* yang dimiliki ibu Raniah memiliki jaringan dan jangkauan yang lebih luas, maka diperlukan media untuk menunjangnya. Permasalahan kedua, Ibu Raniah mengalami kesulitan dalam memantau arus kas masuk dan keluar. Ibu Raniah selaku pemilik usaha seringkali mengalami kendala dimana keuntungan yang diperoleh digunakan untuk kepentingan-kepentingan pribadi yang menyebabkan arus kas nya menjadi sulit untuk dikontrol. Hal ini yang menyebabkan pemilik mengalami kesulitan dalam menghitung modal yang dimiliki.

3. Tahap akhir yang dilakukan dalam hal ini adalah berdasarkan identifikasi pada permasalahan yang sedang dihadapi pihak UKM Ibu Raniah maka tim menawarkan beberapa solusi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan berdasarkan identifikasi pada permasalahan, beberapa solusi yang ditawarkan, diantaranya :

Branding dan Kartu Nama

Diharapkan dengan adanya kartu nama akan lebih mudah merepresentasikan UKM ibu Raniah. Hal penting yang perlu dipertimbangkan yakni untuk tetap membuat bagian nama perusahaan dan logo usaha lebih menonjol dibandingkan informasi lainnya. Hal ini untuk memusatkan perhatian penerima kartu nama ke arah identitas UKM ini. Untuk itu, membuat kartu nama bisnis merupakan perkara yang perlu mendapat perhatian khusus, karena disinilah kesan pertama akan sebuah usaha itu dibangun.

Solusi untuk mengatasi masalah pada UKM milik ibu Raniah ini terkait dengan *branding*, adalah dengan membuat nama produk dan logo yang mudah diingat oleh konsumen. Yang nantinya akan tercantum pada kemasan, nota penjualan, spanduk (*banner*) dan kartu nama UKM milik ibu Raniah.

Target luaran adalah membuat desain nama dan logo produk serta kartu nama. Adapun saran desain kartu nama UKM Ibu Raniah sebagai target luaran mengenai usaha *frozen food* sebagai berikut:



Gambar 1 Saran Kartu Nama UKM Ibu Raniah

Manajemen Keuangan

Setiap biaya dalam usaha yang dijalankan perlu dicatat dengan benar dan

jasas. Biaya yang perlu dicatat ini meliputi biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi, biaya untuk operasional,

keuntungan. Dengan adanya pembukuan, rincian biaya dalam usaha ini akan terpantau dengan jelas dalam suatu periode. Setiap rincian biaya yang tercatat dalam pembukuan akan membantu pemilik usaha untuk menentukan besaran harga produksi, serta menghitung besaran untung dan rugi yang didapat. Jika tidak ada pembukuan yang berisi laporan keuangan, maka akan sulit untuk menentukan harga produksi dan mengetahui besaran untung rugi.

Solusinya yakni dengan cara mencatat, mengatur dan mengevaluasi dengan baik keuangan perusahaan antara modal usaha dengan keuntungan agar modal tersebut dapat diputar dan dikembangkan menjadi modal usaha produk selanjutnya.

Target luaran adalah membuat list catatan laporan penjualan produk secara berkala.

Promosi Produk

Dalam hal ini akan dijelaskan kepada pihak Ibu Raniah jenis-jenis promosi yang

dapat menjadi pilihan guna mengembangkan usaha yang telah ada. Serta manfaat-manfaat dari pengaplikasiannya di dunia usaha.

Memanfaatkan media sosial sebagai promosi merupakan hal yang perlu dilakukan di era ini. Promosi-promosi yang bisa dilakukan yaitu diantaranya, dengan membuat laman instagram yang menarik, mempromosikan via *whatsapp*, *facebook*, atau melalui toko online (*e-commerce*), promosi melalui relasi (teman), menggunakan fitur platform ojek online untuk memudahkan konsumen juga mempermudah pihak *owner*.

Target luaran adalah memberikan saran laman promosi berbasis online ataupun offline.

Adapun saran desain *banner* sebagai target luaran untuk UKM *Frozen Food* ibu Raniah sebagai berikut:



Gambar 2. Saran Desain Banner/Spanduk UKM Ibu Raniah

Manajemen Pemasaran

Jika dirasa perlu mengembangkan usaha, maka perlu membuka *reseller* atau bekerja sama dengan agen-agen terdekat. memberikan diskon untuk *reseller* dengan penjualan yang melebihi target UKM, hal ini diharapkan agar *reseller* dapat lebih loyal kepada UKM ibu Raniah dan diharapkan

dapat meningkatkan minat beli terhadap produk *frozen food* yang dimiliki ibu Raniah.

Target luaran adalah saran untuk membuka *reseller*.

Berdasarkan pelaksanaan dan temuan yang terkait dengan permasalahan-permasalahan yang terjadi, tim pengabdian masyarakat dari Prodi Teknik Industri

UMAHA akan melakukan memberikan permasalahan yang sedang dihadapi oleh Ibu beberapa solusi dan aksi terkait dengan Raniah.

Tabel 1. Laporan Kegiatan

No.	Permasalahan	Solusi	Aksi
1.	Brand/Kartu Nama	Dengan membuat kartu nama, nama produk dan logo yang mudah diingat oleh konsumen.	Membuat desain nama dan logo produk serta kartu nama.
2.	Manajemen keuangan	Solusinya yakni dengan cara mencatat, mengatur dan mengevaluasi dengan baik keuangan perusahaan antara modal usaha dengan keuntungan agar modal tersebut dapat diputar dan dikembangkan menjadi modal usaha produk selanjutnya.	Membuat list catatan laporan penjualan produk secara berkala.
3.	Promosi Produk	Memanfaatkan media sosial sebagai solusi melakukan promosi agar produk lebih dikenal dan diminati, misalnya dengan membuat laman instagram semenarik mungkin, mempromosikan via whatsapp, facebook, ataupun dengan melakukan promosi kepada relasi (teman). Jika offline selain membuka gerai atau stan diluar, bisa juga di masa pandemi ini dengan memasang spanduk rumahan.	Membuat laman promosi berbasis online ataupun offline.
4.	Manajemen Pemasaran	Jika dirasa perlu mengembangkan usaha, lakukan dengan membuka <i>reseller</i> atau menawarkan ke agen-agen terdekat. memberi diskon untuk <i>reseller</i>	Saran untuk membuka <i>reseller</i> .

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada usaha mikro kecil dan menengah pembuatan *frozen food* di UKM Raniah daerah Kebraon Surabaya terlaksana dengan baik. Didapatkan beberapa permasalahan dan saran solusi untuk peningkatan usaha UKM Ibu raniah.

5. REFERENSI

[1] I. Santoso, S. A. Mustaniroh, dan D. Pranowo, "Keakraban Produk dan Minat Beli *Frozen Food*: Peran Pengetahuan Produk, Kemasan, dan Lingkungan Sosial", *Jur.Ilm.Kel. & Kons.*, vol.11, no.2, pp.133-144, 2018

[2] Simanjuntak, M. Utami, F.S & Irni, R.J., "Kerentangan Konsumen dan Perilaku Pembelian Produk Makanan Kemasan". *Jurnal Imlu Keluarga & Konsumen.*, vol. 8, no. 3, pp.193-203, 2015.